PALMARÈS 2015

GRAND PRIX
Publicis 133 pour Cartier
COUP DE CŒUR
Mazarine Mlle Noï
pour Baume & Mercier

DESIGN PRODUIT, PACKAGING
PRIX 5.5 Design Studio
pour Veuve Clicquot
MENTION Atelier Casanova
pour Hennessy

DIGITAL, MOBILE
SITES ET MINISITES
(SITES COMMERCIAUX,
SITES INSTITUTIONNELS,
SITES ÉVÉNEMENTIELS)
PRIX Dream On et Area 17
pour l'Opéra national de Paris
MENTION Angie pour LVMH

APPLICATIONS
MOBILE / TABLETTE
MENTION McCann
pour L'Oréal Paris

CAMPAGNE DE PUBLICITÉ
MODE, ACCESSOIRES
PRIX BETC pour Gant
MENTION Publicis Et Nous
pour Hermès International

COSMÉTIQUE, PARFUM
PRIX Publicis 133 pour Kérastase
MENTION BETC Luxe & BETC Pop
pour Yves Saint Laurent Beauté

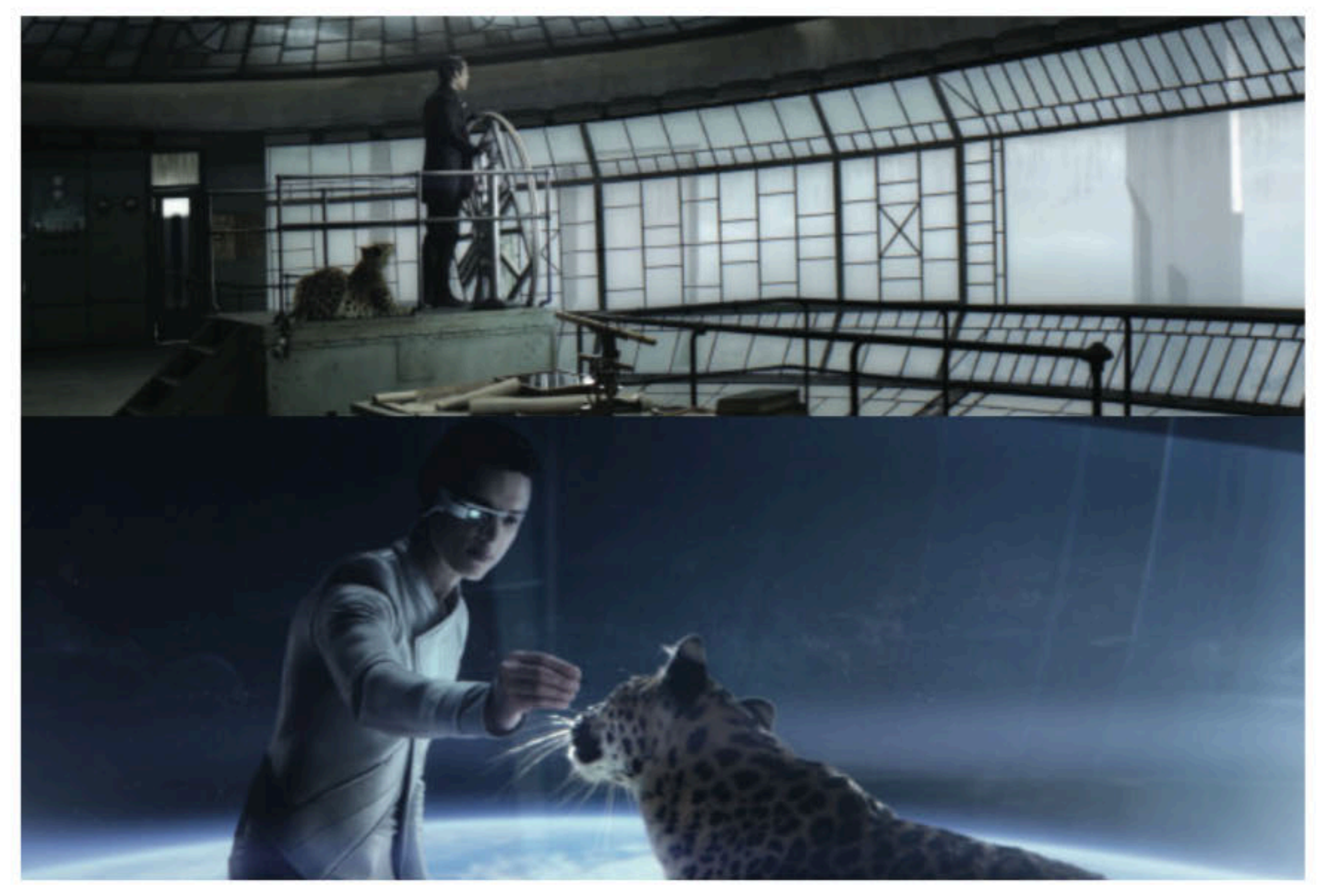
HORLOGERIE, JOAILLERIE
PRIX ET GRAND PRIX Publicis 133
pour Cartier
MENTION & COUP DE CŒUR
Mazarine Mlle Noï
pour Baume & Mercier

HORS CATÉGORIE
MENTION BETC Luxe pour le
Groupe Bon Marché

BRAND CONTENT
MENTION Publicis 133 pour Persol

ÉDITION
PRIX Dream On et Area 17
pour l'Opéra national de Paris
MENTION EX ÆQUO Omedia
pour Ruinart
MENTION EX ÆQUO BETC
pour Louis Vuitton

CAMPAGNES INTÉGRÉES
PRIX Optimedia-
Zenith-Optimedia
pour Yves Saint Laurent Beauté



●●● *Cartier à fusionner son histoire et à la projeter dans l'actualité entre mythologie, légendes, style et modernité»*, poursuit la directrice communication internationale. Les montres Cartier que l'on reconnaît ne sont jamais mises en avant en tant que produits, mais célébrées pour servir la marque et son récit.

TRADITION ET HAUTE TECHNOLOGIE. Tout commence dans le vieil atelier de l'horloger près de la place Vendôme, à Paris. Il est bientôt minuit et, comme dans «L'Odyssée», au son de la musique féerique de Pierre Adenot, la panthère Cartier va prendre vie. «*Mais sous la forme d'une panthère mécanique qui se forme peu à peu sous les yeux du spectateur à partir de pièces d'horlogerie authentiques*», raconte Bruno Aveillan. Le voyage rythmé par les rouages de mécanismes en mouvement peut commencer, remontant le temps aux origines pionnières, avec les montres Tank ou Santos Dumont, et se poursuivant en une sorte d'odyssée de l'espace vers un futur hautement technologique aux manettes de la montre Ballon bleu, transformée en navire spatial. «*Il y a beaucoup d'effets spéciaux, mais les décors sont réels*, précise le réalisateur, qui assure le cadrage et la direction de la photographie. *Nous avons reconstitué l'atelier traditionnel à Prague et à Paris, l'intérieur du vaisseau de Santos est une ancienne centrale électrique des années 1920 à Budapest, le dôme est celui de la Halle du centenaire en Pologne. Et nous avons utilisé une véritable panthère, qui devient au bord de l'eau le reflet de la panthère robot pour renforcer la force émotionnelle dans cet environnement surréaliste.*»

Le film a coûté un peu moins de 4 millions d'euros et mobilisé plus d'une centaine de personnes entre la réalisation et la postproduction, assurée par Fix Studio chez Quad. «*La publicité a très peu développé d'imaginaire autour de la montre, c'est en général très bien exécuté, mais académique*, observe Bruno Aveillan. *Or, pour émerveiller et émouvoir, il faut s'interdire de tout montrer, laisser du mystère et à chacun sa part de rêve.*» ◇

Verbatim

CORINNE DELATTRE *directrice communication internationale de Cartier*

«Cartier a un point de vue sur le beau et doit le réaffirmer. C'est l'objet du film "Shape your time", suite logique de "L'Odyssée". Cela a été une gageure de faire sur une durée de quatre minutes un film corporate qui puise à la fois dans les racines, les influences, les styles et l'histoire de la maison et la projette dans l'actualité. Ce format court, véritable travail d'orfèvre, en fait sa modernité. Nous avons souhaité travailler à nouveau avec le réalisateur Bruno Aveillan, dont l'écriture cinématographique, entre film d'animation et monde réel, correspond à l'imaginaire d'une génération. Une nouvelle génération de clientèle masculine à qui nous voulons faire découvrir notre maison horlogère et son savoir-faire à travers ce film enchanteur et inspirationnel. Mais notre prise de parole sur l'horlogerie ne se résume pas à un film. Cartier publie des livres, organise des expositions à l'instar de Time Art et nos experts horlogers transmettent leur passion des mécanismes à travers le monde.»